

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, S. A. Y. (2015). Penerapan Metode Pengakuan Pendapatan dan Beban Terhadap Kewajaran Laporan Keuangan Pada PT Sinar Galesong Prima. In *Karya Ilmiah*. <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Alimudin, A., & Sasono, A. D. (2015). Peningkatan Daya Saing Produk Konveksi Usaha Kecil Berbasis IPTEK di Desa Tri Tunggal Kecamatan Babat Lamongan. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Terapan SV UGM*, 64–68.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amanah, D., & Lumbanraja, S. M. (2014). Pengaruh Harga, Citra Merek dan After Sales Service (Layanan Purna Jual) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Intraco Penta Tbk. Cabang Palembang. *Jurnal Quanomic*, 11(01), 25–39. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/PNFKD>
- Antonius. (2017). Belanja Saat Promo Flash Sale Shopee, Kecewa Kualitas Barang. Retrieved June 10, 2020, from <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-3639330/belanja-saat-promo-flash-sale-shopee-kecewa-kualitas-barang>
- Arsyanti, N. M., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–11. <https://doi.org/2337-3792>
- Daljono. (2011). *Akuntansi Biaya, Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian* (Edisi Ketii). Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Fillah, H. (2019). *Perilaku Konsumen E-commerce Perspektif Syariah*.
- Gerung, Christy Jacklin, Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16521>
- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guntur, E. M. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran dan Membangun Citra Negara*. Jakarta: Sagung Seto.
- Hanson, S. O. (2005). *Departement od Philosophy and the History of Technology Royal Institute (KHT) Decision Theory*. Minor Revisions.

- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga Pengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor SAMSAT Manado. *EMBA*, 1(3), 750–760.
- Herman. (2018). Kontribusi Produk Lokal Di Industri E-Commerce Masih Kecil.
- Hidayat, A. A. N. (2018). Perdagangan Elektronik. Retrieved June 10, 2020, from Wikipedia website: https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik
- Jayani, D. H. (2019). Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh. Retrieved June 10, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurcholis, M. (2019). Pecahkan Rekor 12.12 Shopee Raih Rp 1,3 Triliun GMV Dalam Waktu 24 Jam.
- Ofela, H., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Prasojo, L. D., & Rianto. (2011). *Teknologi Informasi Pendidikan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Priyanto, D. (2011). *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel Dan SPSS, Buku Saku SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Rachman, G. G., & Yuningsih, K. (2010). Pengaruh Biaya Distribusi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 10(2), 151–175.
- Ristania, N., & Justianto, J. S. (2013). Analisa Pengaruh Harga, Promosi dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada “Online Shop” S-Nexian melalui Facebook. *Journal of Business Strategy and Execution*, 5(2), 131–161. Retrieved from <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>

- Ryza, P. (2018). Dengan Biaya Besar, Shopee Puncaki Sejumlah Statistik E-commerce di Indonesia. Retrieved June 10, 2020, from <https://dailysocial.id/post/dengan-biaya-besar-shopee-puncaki-sejumlah-statistik-e-commerce-di-indonesia/>
- Sari, A. F., & dkk. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 1–9.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour, 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, R. A. (2013). *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: Bhakti Profesindo (BPFE).
- Syukriadi, M. (2016). *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada CV Citra Sari Makassar)*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Turban, D. K., J. Lee, T., & Liang, D. T. (2012). *Electronic Commerce, 7th Edition*. United States: Pearson.
- Uno, H. B., & Lamatenggo, N. (2011). *Teknologi Komunikasi dan Informasi Pembelajaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wahjono, S. I. (2010). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wardani, A. S. (2019). 12.000 Unit Realme 5 Laku Terjual Saat Flash Sale.
- Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat Di Dunia.
- Yusup, M. (2011). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*.